

## O CAMPO TURÍSTICO: UMA PERSPECTIVA SÓCIO-POLÍTICA PARA ESTUDAR A AÇÃO E SUA ESTRUTURAÇÃO

Thiago Duarte Pimentel\*

**Resumo:** Este artigo reúne e sistematiza desenvolvimentos anteriores realizados pelo autor com base no conceito de campo turístico, assim como explora algumas de suas implicações, em particular, para lidar com o problema da ação e interação social –dos diferentes agentes, sejam eles individuais ou coletivos–. A abordagem da teoria dos campos sociais para lidar com as ações e interações que ocorrem em um campo social empiricamente determinado - neste caso, o campo turístico - parece fornecer um modelo teórico capaz de compreender e explicar esta realidade, uma vez considerados os fatores internos e externos dos mesmos, sobrepondo-se aos modelos tradicionais, em particular os econômicos - sejam eles de oferta ou de demanda - que baseiam suas explicações em uma parte dos fatores. Enquanto a reprodução social do campo se explica pela tendência à conservação do capital, sobretudo, ligada a um pequeno grupo de atores que tende a determinar a direção da atividade de acordo com seus interesses privados, marginalizando a ação dos grupos mais fracos; a mudança social está geralmente relacionada à inclusão de novos agentes, capital ou estratégias de ação, o que implica na redistribuição coletiva dos capitais historicamente acumulados. A ênfase estritamente econômica dada à atividade pode ser superada pela existência de outros tipos de capital - social, cultural, ambiental, etc. - e suas implicações na conformação da estrutura do campo e no posicionamento dos agentes no mesmo.

**Palavras-chave:** Bourdieu; Turismo; Campo Turístico; Ação coletiva organizada.

## THE TOURISM FIELD: A SOCIO-POLITICAL PERSPECTIVE TO STUDY THE ACTION AND ITS STRUCTURING

**Abstract:** This paper presents brings together, systematizes and deepen some earlier discussions, from the author, based on the concept of tourism field, as well as its implications and applications for the study of tourism, in particular, to deal with the problem of social action and interaction –of the different agents, whether individual or collective–. The approach of the theory of social fields to dealing with the actions and interactions that take place in a given social field - in this case, the tourism field - seems to provide a theoretical model capable of understanding and explaining this reality, once it considers the internal and external factors of the field, superimposing itself on the traditional models, in particular the economic ones - be they supply or demand - which base their explanations on one part of the factors. While the social reproduction of the countryside is explained by the tendency to preserve capital, above all, linked to a small group of actors that tends to determine the direction of activity according to their private interests, marginalizing the action of the weakest groups; social change is usually related to the inclusion of new agents, capital or action strategies, which implies the collective redistribution of historically accumulated capital. The strictly economic emphasis given to the activity may be overtaken by the existence of other types of capital - social, cultural, environmental, etc. - and its implications in the conformation of the structure of the field and the positioning of the agents in it.

**Key words:** Bourdieu; Tourism; Tourism field; Organized collective action.



Licenciada por *Creative Commons*  
Atribuição Não Comercial / Sem  
Derivações / 4.0 / Internacional

## EL CAMPO TURÍSTICO: UNA PERSPECTIVA SOCIOPOLÍTICA PARA ESTUDIAR LA ACCIÓN Y SU ESTRUCTURACIÓN

**Resumen:** Este *paper* reúne, sistematiza y amplía discusiones anteriores del propio autor, basadas en el concepto de campo turístico, así como sus implicaciones y aplicaciones para el estudio del turismo, en lo particular, para tratar del problema de la acción y la interacción social –de los distintos agentes, individuales o colectivos–. El enfoque de la teoría de los campos sociales para tratar las acciones y interacciones que se pasan en un campo social empírico – en este caso, el campo turístico – parece fornecer un modelo teórico capaz de comprender y explicar dicha realidad, una vez que considera a los factores internos y externos de la misma, sobreponiéndose a los modelos tradicionales, en particular los económicos –de la oferta o de la demanda – que radican sus explicaciones en una parte de los factores. Mientras la reproducción social del campo se explica por la tendencia a la conservación del capital, sobretudo, vinculada a un pequeño grupo de actores que tiende a determinar la dirección de la actividad de acuerdo con sus intereses privados, marginando la acción de los grupos más débiles; el cambio social suele estar relacionado con la inclusión de nuevos agentes, capitales o estrategias de acción, lo que implica en la redistribución colectiva de los capitales históricamente acumulados. El énfasis estrictamente económico que se le da a la actividad puede ser ultrapassado se consideramos la existencia de otros tipos de capitales – social, cultural, ambiental, etc. – y sus implicaciones en la conformación de la estructura del campo y del posicionamiento de los agentes en lo mismo.

**Palabras clave:** Bourdieu; Turismo; Campo turístico; Acción colectiva organizada.

\* Esta é uma versão, revisada e ampliada pelo autor, de trabalhos parciais anteriores como: Pimentel, T. D. (2018). Uma Perspectiva Sociopolítica para os Estudos em Turismo. *Rev. Anais Bras. de Est. Tur./ ABET*, Juiz de Fora, v.8, n.3, pp.26-31, Set./Dez.; e Pimentel, T. D. (2017). Bourdieu, Tourism Field and its Implications for Governance of Tourist Destinations. *Rev. Anais Bras. de Est. Tur./ ABET*, Juiz de Fora, v.7, n.2, p.32-37, Maio/Ago.

\*\* Pós-Doutor em Sociologia (Realismo Crítico) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ (2019). Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF (2012). Mestre em Administração (2008) e bacharel em Turismo (2005), ambos pela Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG. Professor e pesquisador *full time* na UFJF, nos programas de pós-graduação em Ciências Sociais, em Administração e em Administração Pública da UFJF, e na graduação em Ciências Humanas e em Turismo. Membro da Associação Internacional de Experts Científicos em Turismo/AIEST. Professor visitante nos USA, Canadá, México, Cuba, Ecuador. Editor chefe da Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos/ABET e da Revista Latinoamericana de Turismo/RLAT. Diretor do Centro Latinoamericano de Turismo/CELAT e do Observatório Econômico e Social do Turismo/OEST. CV: <http://lattes.cnpq.br/9841188234449467>. Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-1889-069X> [[thiago.pimentel@ich.ufjf.br](mailto:thiago.pimentel@ich.ufjf.br)]

## 1. INTRODUÇÃO

Este texto visa reunir e sistematizar desenvolvimentos anteriores realizados pelo autor com base no conceito do campo turístico, derivado da sociologia de Pierre Bourdieu, assim como explorar algumas de suas implicações e aplicações para o estudo do turismo, em particular, para abordar o problema da ação e interação social - dos diferentes agentes, individuais ou coletivos - presentes em um determinado contexto.

A abordagem da teoria dos campos sociais para lidar com as ações e interações que ocorrem em um campo social empiricamente determinado - neste caso, o campo turístico - parece fornecer um modelo teórico capaz de compreender e explicar esta realidade, uma vez considerados os fatores internos e externos dos mesmos, sobrepondo-se aos modelos tradicionais, em particular os econômicos - sejam eles de oferta ou de demanda - que baseiam suas explicações em uma parte dos fatores.

Segundo Bourdieu, os agentes de uma área de turismo precisam, diretamente ou não, considerar e lidar com as posições dos outros atores da área. Isto então, de forma independente para a consciência dos agentes, é da dinâmica interativa dos mesmos num certo contexto empírico que resulta as formas sociais que serão impostas a todos eles - seja como recursos ou como obstáculos - com as quais todos eles têm que lidar para perseguir seus interesses e objetivos particulares.

Por exemplo, o processo de desenvolvimento do destino turístico não se explica apenas pela visão da "descoberta" de uma área e sua subsequente e progressiva exploração por agentes externos. A forma como os agentes inscritos no destino se relacionarão - que por sua vez é resultante da dinâmica interativa interna de seus agentes - com esta demanda externa implicará em formas mais favoráveis (aceitação) ou menos (resistência) à chegada do turismo.

A visão naturalista e externa do desenvolvimento dos destinos turísticos tem sido amplamente estudada nos últimos 40 anos, desde a

proposta do *Tourist Area Life Cycle* (Butler, 1980). Um grande número de trabalhos foi publicado, aplicando o conceito (Hovinen, 1982), acrescentando variáveis (Butler, 2001), tentando modificá-lo ou estendê-lo (Garays & Cànoves, 2011), ou explorando diferentes contextos de uso (Cole, 2009), questionando até mesmo sua base teórica (Hovinen, 2002). Entretanto, parece que pouco progresso foi feito em termos de teorização social, seja dentro do mesmo paradigma ou por um caminho alternativo.

Apesar das contribuições e esforços já realizados, ainda não existe uma teoria unificada - nem mesmo hegemônica - do turismo. Uma breve revisão da literatura sobre turismo mostra que se trata de uma área subteorizada - ou, nas palavras de Kuhn, uma área pré-paradigmática -, de um ponto de vista epistemológico e teórico. A grande maioria dos estudos existentes tem um ponto de vista naturalista, externo e positivista (Kuhn, 1975; Harré, 1988). Ainda mais escassa é a referência à teoria crítica<sup>1</sup>.

Os agentes inseridos em um campo turístico - mesmo que o conheçam, diretamente ou não - dependem das posições dos outros agentes no campo. Assim, a inclusão de novos atores no campo da ação coletiva é apresentada como uma forma potencial de reequilibrar a assimetria de poder existente. Deve-se notar que esta relação é influenciada por estruturas sociais pré-estabelecidas e pode depender de um momento causal para sua real eficácia.

Portanto, o empréstimo de uma forte teoria sociológica pode ser útil para fornecer alguns parâmetros de objetivação científica do turismo. Em particular, o fornecimento de uma estrutura teórica estruturada para compreender, analisar e iluminar o turismo em seus múltiplos níveis de realidade contribui no sentido de que a declaração de uma estrutura sociológica para/sobre o turismo levará a uma compreensão adequada de como, por que e em que medida os diferentes interessados se reúnem e sustentam suas relações com respeito a seus objetivos e interesses.

Esta questão tem conseqüências práticas sobre o conhecimento do turismo, pois leva a uma

---

<sup>1</sup> A pesquisa em diferentes bases de dados - Cambridge Journals; Web of Science/Web of Knowledge; Sage Journals; Scopus; Jstor; Emerald - nos informa sobre a quantidade limitada de trabalhos que relacionam a teoria de Bourdieu ao turismo, dentro dos milhares e milhares que abundam no ambiente acadêmico do turismo. Além de sua escassez, o que há são obras que utilizam

seletivamente apenas alguns conceitos de - como distinção social, hábito ou reprodução - sem, de fato, utilizar a teoria de Bourdieu de forma mais ampla e sistemática como um buraco para pensar o turismo como um campo turístico.

explicação alternativa para a compreensão do turismo como um conjunto sistemático de atividades ou como uma atividade teórica e prática – o que argumentamos é que um entendimento inadequado da realidade, baseada em uma forma limitada e pré-científica de resolver problemas, não consegue identificar corretamente os fatores de ocorrência de um fenômeno e, portanto, a reprodução de seu funcionamento ou a intervenção nele, se torna aletória e casuística.

Por exemplo, neste cenário, para obter um sistema de governança mais amplo e eficiente em um determinado destino turístico, é necessário observar como o campo social do turismo está estruturado nesse destino, quem são os atores que atuam coletivamente, que posições adotam e quais são suas disposições para atuar de alguma forma em cada momento em contextos específicos, já que estes aspectos podem fornecer uma matriz de relações para orientar um destino empírico a identificar e administrar suas limitações e capacidades para se desenvolver com mais precisão.

Este artigo, desenvolvido sob a forma de um ensaio teórico<sup>2</sup>, está organizado em três partes, incluindo esta introdução. Na segunda parte, apresentamos nossa discussão sobre a teoria social de Bourdieu. Na seção seguinte, consideramos o campo social do turismo como uma forma de explicar a ação coletiva no turismo.

## 2 A TEORIA DOS CAMPOS SOCIAIS E SUA APLICAÇÃO NO TURISMO

### 2.1 A Teoria dos Campos Sociais de Pierre Bourdieu

Apesar da precisão intelectual na composição, seleção e cruzamento de uma grande variedade de conceitos e influências de diferentes tradições filosóficas para criar seu próprio pensamento social, muitos comentaristas argumentam que o sistema *burdeosiano* é relativamente "simples" (Jenkins 2006; Thiry-Cherques, 2006), consistindo de um núcleo estrutural de três conceitos: campo, capital e hábito. Talvez um quarto conceito pudesse ser acrescentado, o de violência simbólica. Em torno destas noções gravitam categorias secundárias, cuja função é especificar e fornecer maior precisão, aumentando o

potencial explicativo deste sistema teórico (Vandenberghe, 1999; 2009; 2010b).

A metáfora do campo é invocada para um âmbito social dentro do qual os agentes lutam pelo acesso a recursos específicos, para conquistá-los e para mantê-los ao longo do tempo (Jenkins, 2006). A ideia do campo foi desde o início associada a uma concepção muito conflituosa do mundo, na qual há uma batalha contínua pelo poder, prestígio e todas as variedades de capital (Vandenberghe, 2010b). Neste sentido, no campo existem relações objetivas entre indivíduos e instituições, que competem pelo domínio de certos espaços (Thiry-Cherques, 2006). Além disso, no universo social -ou na teoria dos campos sociais-, um campo tem sua própria lógica, que não pode ser reduzida a outros campos.

Da perspectiva do estruturalismo genético de Bourdieu é necessário reconhecer que o foco central da investigação é a análise das estruturas objetivas, mas não fixas e rígidas como o estruturalismo clássico de Strauss, então no que diz respeito à análise do sistema de relações das estruturas, que estão localizadas espaço-temporariamente.

Portanto, a estrutura do campo designa uma externalidade (que não é o campo) e uma interioridade (as instituições e agentes que existem e persistem por diferenciação). Sua análise estuda o campo como a gênese de um produto, ou seja, a incorporação de estruturas pré-existentes. A estrutura do campo é dada pelas relações de poder entre os agentes e instituições que lutam pela hegemonia dentro do campo, isto é, o monopólio da autoridade que concede o poder de ditar normas (Thiry-Cherques, 2006).

Segundo Bourdieu e Wacquant (2005), os campos são o resultado de processos de diferenciação social e a forma de (re)experimentar o mundo, enquadrados em um processo de constante evolução da sociedade que dá origem a novos campos em um processo contínuo de distinção. Assim, todo o campo é um produto histórico e, portanto, tem um *nomos* diferenciado (conjunto de leis que o regem).

O que determina a existência de um campo e delimita seus limites são os interesses especiais, os investimentos econômicos e psicológicos feitos por

---

<sup>2</sup> Este texto se beneficiou de várias versões anteriores, que foram apresentadas em conferências e periódicos. Embora a lógica geral do argumento seja auto-explicativa, procuro aqui sistematizar de

forma ordenada e concisa uma síntese dos avanços que fizemos, em particular, fornecendo uma estrutura orientadora para a pesquisa empírica.

diferentes agentes, dotados de um *habitus* específico convergindo com aquele campo, e as instituições nele integradas, e que desejam um retorno sobre as diferentes formas de capital relacionadas ao capital dominante naquele campo (Thiry-Cherques, 2006).

Além disso, todo jogo pressupõe regras e, neste sentido, os agentes do campo compartilham tacitamente ou explicitamente um consenso sobre a *doxa* do campo (Bourdieu & Wacquant, 2005), isto é, a opinião consensual (e substitui o conceito marxista de ideologia), referindo-se ao que todos os agentes concordam, portanto, em oposição ao científico, e inclui tudo que é aceito como "ser assim" (Thiry-Cherques, 2006).

Embora cada campo institucionalize seu próprio objeto e princípio de entendimento, os campos sociais não são evidentes por si mesmos e precisam ser definidos como tal, o que requer a observação e delimitação analítica do pesquisador sobre um segmento particular do mundo social.

Todos os campos também têm uma estrutura que se refere ao sistema "objetivo" das relações entre os agentes identificados no espaço social (Thiry-Cherques, 2006). Devido a sua análise objetiva das relações estruturais estabelecidas, que é assumida por Bourdieu, os campos podem ser analisados independentemente do caráter de seus ocupantes, isto é, como um sistema de relações objetivas. Entretanto, os campos sociais não são estruturas fixas ou espaços estruturados de posições em um determinado momento (Jenkins 2006).

Ao contrário, eles são produtos da história das posições de seus ocupantes e de suas disposições que estão em processo de reprodução. Bourdieu (2008: 131) sustenta que "o mundo social é história acumulada e, portanto, não pode ser reduzido a uma concatenação de ações instantâneas e equilíbrios mecânicos nos quais os homens desempenham o papel de partículas intercambiáveis". Portanto, para abordar esta história acumulada do mundo social é que o conceito de capital é introduzido para o trabalho acumulado, tanto na matéria internalizada, como na acumulação de capital.

"Nossa posição em um campo designa como as coisas não só consomem, mas também a educação, a política, as artes". Ela também determina como produzimos e acumulamos" (Bourdieu, 1984: 210).

O que os agentes (indivíduos ou grupos sociais)

fazem, ao produzir e acumular os recursos (capital), de forma privada ou exclusiva, é a apropriação da energia social em forma de trabalho vivo, mas reificado, isto é, objetivado. Assim, o capital é erguido como uma força inerente às estruturas objetivas e subjetivas e, ao mesmo tempo, como um princípio fundamental das regularidades internas do mundo social.

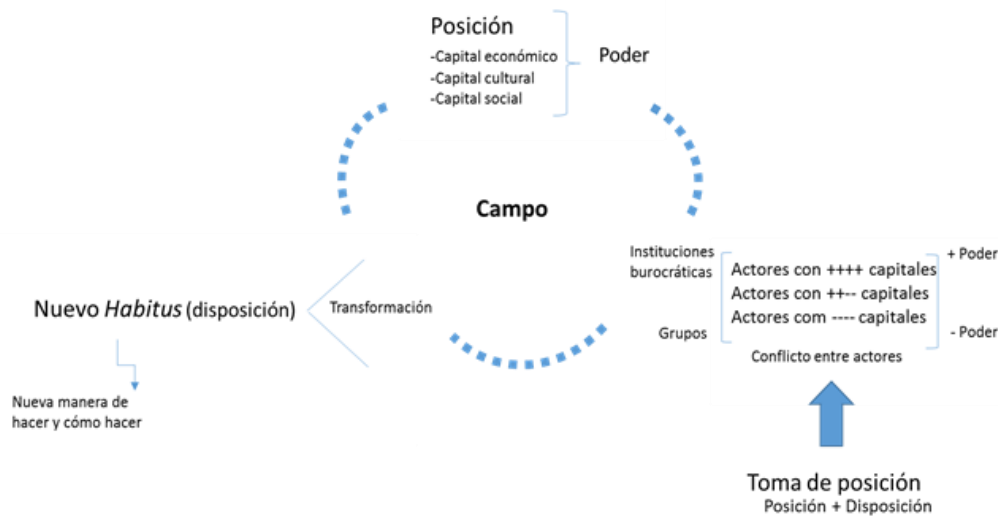
Esquemáticamente Bourdieu reconhece três formas principais de capital:

- a econômica - que se refere a bens materiais, renda, em suma, dinheiro em espécie, todas as formas de valor comercial de bens dotados e capazes de serem liquidados;
- o cultural - conhecimentos, habilidades, informações, etc., habilidades intelectuais produzidas e transmitidas por sua família, escola, etc. tem 3 formas: a) ser incorporada como uma provisão de corpo durável (por exemplo, forma de atuação pública); b) declarar a finalidade como propriedade do bem (por exemplo, obras de arte); e c) ser institucionalizada (instituições sancionadas, por exemplo, graus acadêmicos);
- o social - que se refere ao conjunto de acesso social, relacionamentos e redes.

Estes três tipos de capital são sintetizados pelo conceito de capital simbólico - o conjunto de rituais de reconhecimento, prestígio, honra, etc. A posição relativa no campo é dada pelo volume de capital (dos três) que o agente possui. Como a estrutura social gerada pela distribuição dos diferentes tipos de capital, qualquer campo pode ser dividido em seções menores, os subcampos que se comportam como campos (Pimentel & Pimentel, 2013).

Caso contrário, os agentes podem jogar tanto para aumentar ou manter seu capital, e a posição no campo comandará a tomada de posição nas lutas, tanto para manter ou transformar o espaço social. Assim, apesar da existência de uma estrutura, as transformações podem ocorrer a partir da ação do agente. Os agentes mais poderosos tendem a lutar para manter o poder e o hábito do campo, não para promover mudanças reais nas necessidades e lacunas da sociedade. A figura 1 sintetiza todos os elementos propostos por Bourdieu como necessários para compor um campo.

Figura 1: Elementos da estrutura de campo e condições necessárias para sua reconfiguração.



Fonte: Reproduzido de Oliveira y Pimentel (2016: 60).

Em resumo, um campo se refere a um espaço de forças no qual uma certa estrutura limita os agentes envolvidos, devido à limitada disponibilidade de recursos e do próprio espaço (físico e social) em que se encontram, e os leva a participar de lutas sociais, como suas posições relativas no campo, para ter ou aumentar seu acesso aos recursos (ou capital) existentes no campo, culminando com a conservação ou transformação de sua estrutura inicial (Bourdieu, 1996: 50).

O campo social pode ser visto como um sistema de relações entre **posições** (que é o lugar objetivo na hierarquia social que cada agente ocupa no campo), **disposição** (que é o lado subjetivo do campo, dado pelo hábito e a propensão dos agentes a agir de acordo com o que eles internalizaram) e **tomada de posição** (que se refere a uma posição na qual essas posições são expressas e cujo princípio está na estrutura e funcionamento do campo) (Vandenberghe, 2010b).

Assim, as relações de poder, isto é, as possibilidades de intervir na realidade estão relacionadas sob a quantidade de capital econômico, social e cultural que cada agente possui. As posições de força orientam as disposições (estratégias) que os agentes (individual ou coletivamente) buscam para salvaguardar ou melhorar sua posição e impor o princípio de hierarquia mais favorável a eles (Bourdieu, 2001).

## 2.2 A Teoria de Bourdieu aplicada ao Turismo

### 2.2.1 Breve exegese da formação do campo do turismo

Partindo das críticas à lógica conceitual naturalista e externa, Pimentel (2013a, b; 2014) propôs uma interpretação bordalesa do turismo, deslocando a noção tradicional de sistema para um novo chamado campo. Neste sentido, os autores introduziram algumas das implicações do uso do conceito *Bourdeusiano* de campo para a governança dos destinos turísticos (TD), e propuseram uma estrutura teórica propedêutica para estudar a ação das categorias de agentes, indivíduos ou grupos, e capitais (Pimentel, 2015a).

De acordo com Bourdieu, um campo resulta de um processo de diferenciação social. No turismo, ela é dada pelo acesso à mobilidade e às viagens que tem sido emblemático desde a Segunda Revolução Industrial (ver Hobsbawn, 2009). Como está amplamente escrito na literatura turística, esta diferenciação social emerge com as práticas sociais da nobreza daquela época. Foi uma das formas pelas quais esta classe pôde manter seu status, investindo em si mesma, na aquisição de capital cultural corporificado que não podia ser adquirido igualmente pela burguesia.

Ao contrário da antiguidade, onde a viagem era uma forma imperativa de obter socialmente outros recursos, por exemplo, posse de terra (através da guerra), mercadorias específicas como especiarias

(através do comércio); na era moderna, a viagem torna-se uma forma individual e finalista de obter uma forma apropriada e exclusiva de conhecimento corporificado. É uma mistura de material e processo de transformação ideal através do qual alguém passa ou obtém a experiência. E não há retorno: as experiências, boas ou ruins, são codificadas no corpo individual. No turismo, poderia ser observado pela idéia de que viajar é uma necessidade humana individual e que o turismo é uma forma de conhecimento e melhoria do potencial humano (Pimentel, 2015b).

Como uma nova forma de (re)experimentar o mundo, imerso em um processo de constante evolução da sociedade, o turismo surge no início da era moderna, exatamente quando os sistemas de transporte e os meios para expandir as capacidades humanas para entrar em contato com o mundo. Assim, o campo do turismo nasceu como uma mistura de tecnologias instrumentais com o antigo princípio da incorporação do conhecimento.

O turismo é um produto do registro de estruturas pré-existentes, ou seja, as práticas de distinção social aliadas à nova configuração dos meios técnicos para exercê-lo. Portanto, a viagem é um objeto institucionalizado no campo do turismo. Não há opção de não viajar. Este é o valor básico deste campo. Sua lógica interna (ou princípio operacional mais básico) é garantir a existência e o fluxo contínuo de viagens entre diferentes lugares e espaços no mundo.

Como qualquer campo, quando o campo do turismo surge traz consigo uma doxa própria, ou seja, uma opinião consensual sobre o que é o campo e o que é importante nele. Neste sentido, devemos nos perguntar: o que não é questionado no turismo? Não viajar? Ou então: qual é a ideologia do turismo? Viagens (Pimentel, 2015b).

Por sua vez, esta prática social provoca o surgimento de um *nomos* (lógica interna), que levaria ao aparecimento posterior de um *habitus*, no sentido de que viajar é uma forma de obter, acumular e expandir o capital simbólico. Assim, a viagem se torna uma forma de adquirir capital cultural.

Além disso, a viagem é considerada uma forma exclusiva de aquisição pela corporação (corporação), o que significa que somente o indivíduo poderia reter esta experiência. Isto seria pessoal e intransferível.

Gradualmente torna-se necessário estabelecer

os limites da viagem, o tipo de viagem e seus sentidos. A viagem torna-se um objeto de competição. Os diferentes atores querem manter o monopólio desta prática social, ainda mais querem impor sua visão - por definição - sobre o que é uma viagem e seu significado. Esta competição nos levaria, por exemplo, no início do século 20 - a tentativas de estabelecer uma definição de turismo. Note que não é por acaso que a definição de turismo exclui práticas laboriosas, pois não se poderia encarnar uma forma de enriquecimento cultural adquirido se o corpo de uma pessoa estiver ligado a uma prática laboriosa.

Desta forma, o objeto da competição torna-se (fisicamente) a viagem e (simbolicamente) o significado da viagem. Mais especificamente, o monopólio de sua definição e a atribuição legítima de uma implicação a ela. Assim, uma competição pela legitimidade da definição de turismo é imperativa para delimitar o que é uma viagem que promove o enriquecimento cultural - e assim se torna uma espécie de capital cultural -, e que tipo de viagem não implica na expansão do conhecimento de alguém.

O que determina a existência de um campo e delimita seus limites são os interesses especiais, os investimentos econômicos e psicológicos feitos por diferentes agentes, dotados de um hábito específico de convergência com esse campo, e as instituições nele integradas, e que desejam um retorno sobre as diferentes formas de capital relacionadas com o capital dominante nesse campo.

Uma das fronteiras do turismo são os interesses especiais em um campo turístico. Estes podem ser vistos como o interesse econômico na produção, comércio e distribuição do turismo. Neste caso, os investimentos são feitos principalmente por agentes coletivos em máquinas (hotel, aeronaves, agências), tecnologia (sistema de informação, dispositivos, etc.) e técnicas (o conhecimento humano como forma adequada de fazer algo). Por outro lado, há investimentos psicológicos feitos principalmente por agentes individuais que estão adquirindo conhecimento dessas formas apropriadas de fazer as coisas. Outro tipo de investimento psicológico é o compromisso e a adequação dos *nomos* e das regras do campo.

O *habitus* é a classe e subclasse em que o agente se posiciona, o que é uma predisposição para agir de acordo com o que ele assimilou ao longo de seu processo de aprendizagem. O *habitus* turístico pode ser visto pelo valor interposto de uma necessidade de

expandir o conhecimento pela experiência encarnada, o que significa uma necessidade de entrar em contato com novos objetos, lugares e pessoas. Em uma palavra: a vontade de viajar.

Entretanto, quem são os agentes, individuais e institucionais; como eles aparecem no turismo? Existem dois tipos principais de agentes individuais: os turistas, para quem todo o processo de produção turística é dirigido e para quem se supõe que sejam aqueles que legitimam o que é ou não é uma atração turística (e por extensão um destino turístico). A segunda é a força de trabalho, que é designada para fazer o sistema de turismo funcionar. Por sua vez, os agentes institucionais são as organizações que produzem e operam o sistema turístico e as instituições que representam e reúnem estas organizações produtivas e de classe (Pimentel, 2015b).

Quais são os interesses? Todos têm interesse em obter e acumular diferentes formas de capital. Os turistas tentam obter capital cultural, a força de trabalho, assim como as organizações produtivas, querem capital econômico e as organizações de classe (assim como os locais e os residentes também) têm como objetivo obter capital social. Entretanto, essas formas finalistas de capital precisam ser mediadas pelo capital turístico, que é a principal forma de capital gerado em um campo turístico (Pimentel, 2015b).

Neste contexto, e seguindo as formas de capital de Bourdieu, sustentamos que o turismo é um subtipo de capital derivado da forma de capital cultural. Uma vez que esse capital cultural compreende "conhecimentos, habilidades, informações, etc.", que podem ser produzidos e transmitidos a diferentes grupos sociais e (a) incorporados como provisão durável no corpo, (b) estado alvo, como propriedade ou bens (c) institucionalizado; podemos argumentar que o turismo, pela operação específica de deslocamento do indivíduo de seu contexto original (que é através de viagens), produz uma provisão durável no corpo que é gradualmente incorporada como uma forma de ser (*habitus*) (Pimentel, 2015b).

O capital do turismo que significa o conhecimento acumulado pela prática do turismo. É a condição para ser um turista ou ter interesses turísticos. Isto implica a capacidade de influenciar e controlar o fluxo do turismo e da produção turística.

### 2.2.2 Proposta de uma estrutura para analisar o campo do turismo: um exemplo do ponto de vista dos destinos turísticos

A perspectiva aqui desenvolvida assume uma teoria, epistemologia e metodologia alternativas ao modelo atual, em particular no que diz respeito aos modelos teóricos sobre destinos turísticos. Não é nossa intenção criticar a perspectiva dominante, como tem sido feito por outros autores. O próprio Butler (2011) resume algumas delas. Entretanto, nosso esforço é mudar o ponto de vista inicial de uma perspectiva naturalista para uma perspectiva crítica (Gale & Botterill, 2005).

Neste sentido, nosso objetivo final é entrar na "caixa preta" dos arranjos internos de um DT. As relações de poder, o acesso aos recursos e a capacidade de fazer as coisas na realidade não são distribuídos igualmente entre todos os atores presentes em um WP (Bourdieu, 2001).

Além disso, as circunstâncias, mecanismos e processos que levam um WP a um "estágio" específico, no modelo TALC (Tourism Area Life Cycle), referem-se aos atores humanos em um WP, incluindo mas não se limitando aos turistas e visitantes. Portanto, o processo político que leva a um cenário específico deve ser estudado. Não exclui totalmente as análises de um modelo TALC, que poderia, em algum sentido, ser integrado com esta perspectiva política interna - mesmo que isto implique seu próprio trabalho em nível epistemológico para colocar diferentes tradições em diálogo, o que é uma tarefa para outras pesquisas.

Uma vez desenvolvido o conceito burdeusiano do campo turístico, podemos agora avançar na compreensão das relações internas dos agentes em um WD - considerado como um campo, com uma distribuição desigual de capital (recursos) entre os agentes e estes ocupam posições diferentes neste cenário, o que os leva a exercer, com capacidade desigual, suas preferências e interesses em um WD.

Por outro lado, devido à própria natureza do turismo, é difícil para um único agente controlar todo o campo do turismo. Portanto, é necessário fazer coalizões entre os agentes. Mas para entender como são as coalizões dominantes em um WP e que tipo de configuração as suporta, é necessária uma análise de uma perspectiva interna, que pode revelar a dinâmica política em um WP (Pimentel, 2015a).

Para aplicar a proposta aqui desenvolvida, são

utilizados três níveis de abordagem para a execução do estudo.

➤ *1ª aproximação: gênese histórica do campo e sua diferenciação social*

O primeiro nível de abordagem refere-se à reconstituição da gênese histórica do campo, do processo de diferenciação social em relação às estruturas sociais, espaço-temporais e funcionais pré-existentes e ao deslocamento simbólico, isto é, à introdução de novos atores e novas lógicas que operarão um novo tipo de prática social.

Como síntese, de acordo com Bourdieu, todos os campos têm:

a) o *habitus*, que no turismo é visto como o valor interposto de uma necessidade de ampliar o conhecimento através da experiência incorporada, o que significa uma necessidade de entrar em contato com novos objetos, lugares e pessoas.

b) o enquadramento, na prática social do turismo dado por produtores, agências reguladoras, organizações intermediárias e pessoas e/ou organizações que não pertencem ao turismo, mas fornecem bens e serviços. Hoje esta estrutura é bem reconhecida pela perspectiva da teoria de sistemas.

c) *doxa*, que se refere a uma visão consensual sobre turismo e viagens. A *doxa* no turismo poderia ser vista pela idéia de que viajar é uma necessidade humana e o turismo é uma forma de conhecer e aprimorar o potencial humano.

d) onde a viagem é uma forma de obter capital cultural.

Estes conceitos, de um nível mais geral e abstrato, servirão para moldar os limites de uma estrutura geral dentro da qual, se eles determinarem os objetos de disputa, a validade das capitais do campo, bem como os efeitos da força do próprio campo.

O nível de operacionalidade de tais conceitos é mais limitado e, naturalmente, a margem de atribuição e interpretação é atribuída de forma discritiva ao pesquisador. Sua validade, portanto, será verificada, na medida em que sirvam para corroborar os próximos passos e sejam acordados de forma não contraditória.

➤ *2ª aproximação: apertando o cerco*

Uma vez delineada a estrutura dos contornos que emoldurem o que é suposto ser um campo

empírico, tente identificar um conjunto de perguntas a serem respondidas para identificar na constelação de conceitos os elementos empíricos que lhes correspondem. Desta forma, podemos avançar, embora de forma esquemática, no que são consideradas diretrizes importantes a serem abordadas a fim de analisar um campo turístico, com base nos seguintes critérios e suas descrições:

- Posições: posições objetivas dos verdadeiros agentes. Quem está em que lugar agora? Quem são os turistas? O setor turístico? Os órgãos públicos locais? Em que lugar, física e socialmente, cada um deles está neste momento?
- Arranjos: Qual é a propensão de cada agente para se engajar em um curso de ação específico?
- Posicionamento: Quais são exatamente os cursos de ação que cada um deles tomou em uma situação específica?
- Situação específica: problema coletivo que requer deliberação. Por exemplo, investir em pesquisa aplicada para obter um sistema de informação WP para monitorar e controlar o WP.
- Manobras para acessar recursos específicos: O que cada agente faz para acessar recursos específicos?
- Monopólio da autoridade: Quem tem o monopólio da indústria de viagens? O setor privado. Em todo o mundo: grandes cadeias hoteleiras e transporte aéreo civil. A nível nacional e intraregional: hotéis e operadores turísticos.
- Regras do campo: Quem dita as regras do campo do turismo? A nível mundial: As empresas do setor de turismo. Em um destino específico.

Estes conceitos secundários são etapas intermediárias e complementares aos conceitos centrais e sua aplicação empírica, que constituem a próxima abordagem.

➤ *3ª abordagem: conceitos centrais do campo e a dinâmica interativa dos agentes*

O terceiro grupo de conceitos refere-se àqueles que são de fato os mais observáveis empiricamente e utilizáveis na análise, a saber

- Agentes: todos os atores sociais, individuais ou coletivos, que têm interesses,



perseguem objetivos e agem ou têm a capacidade de agir em um determinado campo. Não basta ser uma empresa ou organização nominalmente ligada ao campo nem um agente - individual ou coletivo - que tem interesses, mas não atua ou não tem capacidade de atuar no campo, pois nestes casos não afetarão a distribuição do capital do campo.

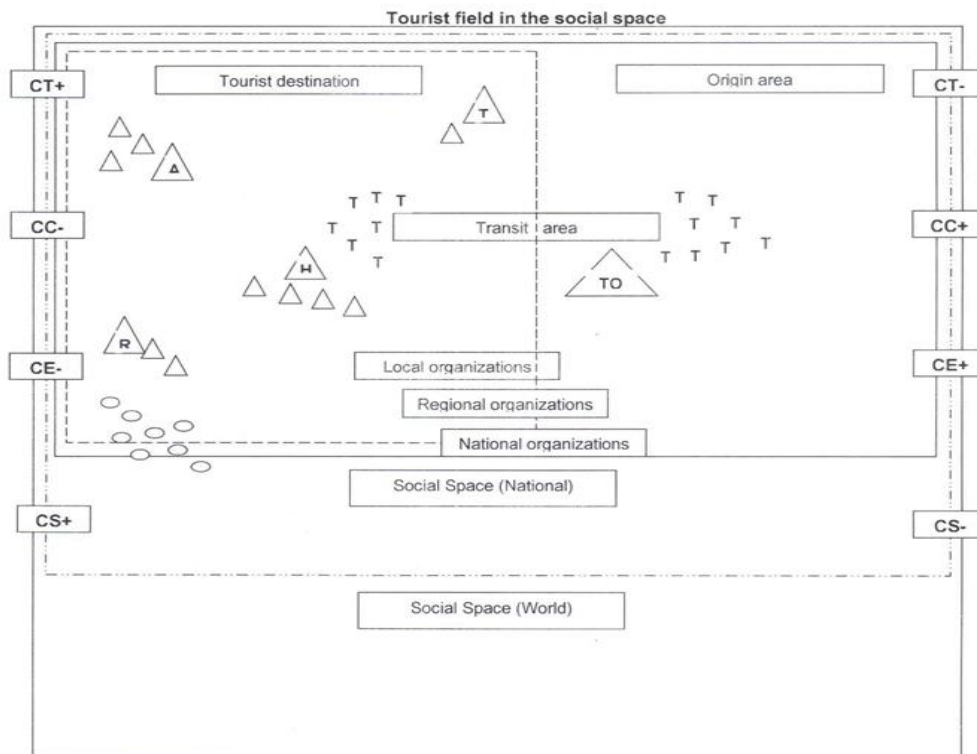
- Capitais: os diferentes tipos de recursos relevantes para o campo do turismo em análise. Por exemplo, se estamos tratando de um destino turístico marcado pelo ecoturismo ou sol e praia, a qualidade dos recursos ambientais, sua distribuição e controle entre os diferentes agentes gerará um capital ambiental específico para aqueles que os possuem. Isso aconteceria de maneira diferente em um destino turístico marcado pelo padrão histórico-

cultural ou mesmo por eventos ou recreação.

- Estrutura do campo: dada pelo volume dos tipos de capital do campo e sua distribuição assimétrica entre os agentes existentes no mesmo, em um dado momento. O volume de capital de cada agente (por exemplo, o capital social, cultural, econômico, ambiental e turístico que cada um possui) atribui a ele uma posição relativa no campo. Esta posição, por sua vez, será importante porque lhes dará uma capacidade de ação, que pode ou não ser atualizada.

Tentando resumir esta discussão no espaço limitado aqui, apresentamos um esquema do campo turístico, como uma protoanálise da distribuição interna de poder neste campo e uma configuração hipotética do mesmo (figura 2).

Figura 2: Representação visual de um campo turístico.



- Legend:
- World social space
  - National social space
  - Tourist Field in the social space
  - Sub field of production
  - labor force
  - tourists
  - Public organizations
  - economic organizations (hotels, transportation, tour operators, restaurants, attractive),
  - CC cultural capital
  - CE economic capital
  - CS social capital
  - CT touristic capital

Fonte: Pimentel (2015b).

A identificação dos agentes e da estrutura do campo é um corte temporário (como uma fotografia) e não gera automaticamente uma compreensão da dinâmica do campo, que depende de colocar os agentes em uma situação síncrona e verificar empiricamente como eles utilizam seu capital (ou seja, os recursos que têm em suas mãos) e sob que tipo de estratégias eles são utilizados.

Para isso, deve-se considerar uma dupla possibilidade, o peso e a ação individual ou isolada de cada agente, bem como a possibilidade de cada agente se conectar com outro e formar uma coalizão, aumentando assim suas possibilidades de ação. É importante ter em mente que a possibilidade de coalizões se aplica tanto aos agentes dominantes quanto aos dominados. Um erro comum na sociologia crítica é tomar o lado dos agentes subordinados e promover uma idéia de que, através de coalizões, eles serão capazes de superar seus obstáculos. Isto é verdade, mas apenas parcialmente, porque se é verdade que por meio de coalizões eles aumentam seu volume de capital, também é verdade

que os agentes dominantes podem fazer o mesmo, onde acaba sendo necessário medir os pontos fortes de cada coalizão e verificar até que ponto existe uma tendência à reprodução (coalizão vencedora de forças dominantes) ou à mudança social do campo (coalizão vencedora de forças subalternas).

Uma vez identificados os agentes, suas capitais e a estrutura do campo do turismo, podemos passar à identificação de suas dinâmicas operacionais. Para isso, é considerado útil estabelecer uma matriz de relações/possibilidades entre eles. Na verdade, tal matriz geralmente tem um número maior de agentes. Entretanto, apenas como ilustração, uma matriz é apresentada a um nível agregado de agentes por tipo de setor - público, privado e sociedade civil organizada - que também tem o propósito de posicionar os agentes de suas lógicas de ação - *habitus* - mais provavelmente reais. Assim, de forma simplificada, agrupando os atores pelo tipo de ações que realizam no campo, podemos ver as possibilidades de ação coletiva (ver tabela 1).

**Tabela 1:** Matriz relacional de possíveis ligações entre atores.

Ator / relação	Nenhuma relação	Setor privado	Setor público	3º setor	Convergencia todos os atores
Setor privado	0	1	-	-	7
Setor público		2	4	-	
3º setor		3	5	6	

**Fonte:** preparado pelo autor.

A primeira possibilidade é que não haja relação entre os atores (# 0) e que a atividade turística não ocorra no destino, ou que seja marginalmente explorada por empresas específicas do setor privado (por exemplo, alugar um ônibus para ir em turnê). Esta situação é muito comum nos estágios iniciais de desenvolvimento de um destino turístico (Butler, 1980).

Numa etapa posterior, quando já existem diferentes empresas e organizações privadas operando no destino turístico (nº 1), é possível ter um vínculo entre as empresas privadas que oferecem, de forma mais completa e agregada, os serviços que compõem o produto turístico, por exemplo, através de parcerias entre empresas de transporte e hospedagem.

Outra possibilidade é um esforço conjunto entre os setores privado e público (nº 2). Neste caso, o

município ou órgão público é responsável pela legislação turística e administra a atividade, enquanto o setor privado é responsável pela prestação de serviços.

Em (nº 3), em vez de estar do lado do governo, o setor privado busca o apoio da sociedade civil para melhorar a qualidade do turismo ou explorar possibilidades de ações conjuntas para promover o turismo e a qualidade de vida local. É aqui que muitas vezes entram a conscientização, a informação e aqueles fora da legislação e regulamentação formal da atividade.

Caso contrário, o turismo pode ser apresentado como uma vocação ainda a ser explorada e talvez nem mesmo percebida pelo setor privado. Neste caso (nº 4), as parcerias entre órgãos públicos ocorrem em diferentes níveis de governo a fim de proporcionar condições para a exploração da

atividade econômica (por exemplo, através do fornecimento de bens públicos, tais como estradas de acesso).

Outra forma comum (nº 5) é observar as ações específicas dos municípios e agências públicas de turismo para tentar sensibilizar e atrair a atenção de outros segmentos da sociedade, para o desenvolvimento do turismo local. Aqui o governo procura se engajar, ao invés de outra participação pública da sociedade governamental, para garantir benefícios públicos para toda a sociedade local.

Entretanto, pode haver formas de articulação entre as entidades da sociedade civil (nº6), excluindo os setores público e privado. Embora mais difícil, pode ocorrer no caso de falha de ação do governo local ou de desenvolvimento turístico avançado que justifique a oferta de produtos privados. Assim, algumas comunidades têm que desenvolver suas próprias iniciativas, buscando o desenvolvimento social e econômico local, muitas vezes através do turismo, devido à falta de recursos ou outras oportunidades.

Finalmente, vale mencionar uma possibilidade (nº 7), a articulação de três grupos diferentes. Este é o cenário ideal, mas dificilmente ocorre. Seria o mais apropriado para o desenvolvimento e gestão do turismo. No entanto, também requer maior grau de concertação social, acordos, criação de estruturas e mecanismos de governança, o que por sua vez gera novas bases para a ação de cada agente (que deve levar em conta as novas restrições ou possibilidades com as quais se depara), bem como implica - esta mesma estrutura - um cenário prévio de lutas sociais até atingir esta visão vencedora, a visão atual.

### 3 CONCLUSÕES

Reuni aqui e sistematizei desenvolvimentos anteriores parciais realizados com base no o conceito do campo turístico, derivado da sociologia de Pierre Bourdieu. Também tentei esboçar algumas de suas implicações e aplicações para o estudo do turismo, em particular, para abordar o problema da ação e interação social - dos diferentes agentes, individuais ou coletivos - presentes em um determinado contexto.

Argumenta-se (1) que os agentes de um campo turístico precisam, diretamente ou não, considerar e abordar as posições dos outros agentes no campo e (2) que o estágio de desenvolvimento do destino turístico deve levar em conta a trajetória interna das

relações dos agentes em um campo turístico empiricamente determinado (como, por exemplo um destino turístico - DT), além da trajetória externa.

Além disso, podemos argumentar que há uma oportunidade de inovar e fazer uma contribuição teórica. No mesmo sentido, depois de propor uma estrutura sociológica no campo do turismo, nos leva a entender *como, porquê e em que medida* os diferentes agentes entram em contato e sustentam suas relações face a face a fim de alcançar seus objetivos e interesses.

Em um campo, há uma distribuição desigual de capital (recursos) entre os agentes e eles ocupam posições diferentes neste cenário, o que os leva a aplicar, com capacidade desigual, suas preferências e interesses em um DT. Por outro lado, devido à própria natureza do turismo, é difícil para um único agente controlar todo o campo do turismo. Portanto, os agentes devem fazer novas alianças. Entretanto, para entender como são os grupos dominantes em um DT e em que tipo de configuração eles se baseiam, é necessário um exame de uma perspectiva interna, que poderia revelar a dinâmica política em um DT.

Portanto, se a proposta aqui apresentada estiver correta, as contribuições desta idéia é que podemos avançar para ampliar nossa concepção do GT e não considerá-lo apenas como um efeito das forças externas que o impulsionam, mas, de fato, como uma conjunção de forças internas e externas cujos efeitos nos levam a um determinado estágio ou grau de desenvolvimento em um DT.

A proposta aqui apresentada tem conseqüências na ordem acadêmica e prática. É possível compreender a dinâmica interna dos agentes que os levam a um desenvolvimento mais ou menos rápido de um destino turístico. Além disso, estando conscientes dessas limitações e de como elas ocorrem, os acadêmicos poderiam desenvolver mecanismos para especificar sua intervenção em ações práticas.

Passando de uma abordagem externa, representada principalmente pelo modelo TALC, para uma nova abordagem sociológica e política, que pode nos ajudar a explicar por que um DT não se desenvolve apenas com a chegada dos turistas. Também ajudará a explicar por que existem diferentes estágios com o mesmo fluxo turístico de entrada.

Neste último caso, como estamos cientes desta dinâmica e da forma como os agentes devem ser estabelecidos para desenvolver um destino, podem ser feitos esforços para formar uma coalizão mais ampla para alcançar um DT bem-sucedido. Situações onde há uma má configuração para o desenvolvimento do DT podem ser evitadas.

Além disso, o papel de cada um dos atores em um DT e a quantidade de capital que possuem pode ser mais visível, assim como sua capacidade de influenciar o DT como um todo. Assim, uma vez feita a distribuição dos agentes e do capital e estabelecidas as regras, o DT passa a ser uma questão de ação coletiva, o que, por sua vez, exigirá um sistema institucionalizado de governança.

Uma melhor compreensão do turismo pode nos levar a produzir ferramentas e intervenções mais precisas sobre a realidade, por exemplo, do contexto de gestão e governança do DT. Assim, se estivermos corretos e considerando a necessidade de identificar, inclusive para uma gestão eficaz, quem são os atores envolvidos direta e indiretamente no turismo, quais são seus interesses e como eles tentam alcançá-los. Para obter um sistema de governança mais amplo e eficiente para o destino turístico, é necessário analisar como o campo está estruturado, quem são os atores, quais são suas posições e quais são suas disposições para agir de alguma forma. Estes elementos fornecerão uma matriz interna de relações para orientar um destino empírico a fim de identificar e gerenciar com mais precisão suas limitações e capacidades de desenvolvimento.

Em resumo, enquanto a reprodução social do campo se explica pela tendência à conservação do capital, sobretudo, ligada a um pequeno grupo de atores que tende a determinar a direção da atividade de acordo com seus interesses privados, marginalizando a ação dos grupos mais fracos; a mudança social está geralmente relacionada à inclusão de novos agentes, capital ou estratégias de ação, o que implica na redistribuição coletiva dos capitais historicamente acumulados. A ênfase estritamente econômica dada à atividade pode ser superada pela existência de outros tipos de capital - social, cultural, ambiental, etc. - e suas implicações na conformação da estrutura do campo e no posicionamento dos agentes no mesmo. As estruturas sociais pré-estabelecidas, a dinâmica situacional em um momento e as ações dos agentes na reelaboração (reprodução ou mudança) das

estruturas anteriores parecem permitir uma compreensão e intervenção mais adequada da realidade, mesmo como uma forma potencial de reequilibrar a assimetria de poder existente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bachelard, G. (2010). *A experiência do espaço na física contemporânea*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Bourdieu, P. (1983). Algumas Propriedades sobre os Campos. En: Ortiz, R. *Questões de sociologia* (pp. 89-94). Rio de Janeiro: Marco Zero.
- Bourdieu, P. (1993). Entrevista a Pierre Bourdieu. La lógica de los campos. *Zona Erógena*, 16, 1-14. Recuperado de: <http://www.educa.ar>.
- Bourdieu, P. (1996). *Razões Práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas, São Paulo: Papirus.
- Bourdieu, P. (1998). The essence of Neoliberalism: Utopia of endless exploitation. 08 de diciembre, *Le Monde Diplomatique*.
- Bourdieu, P. (2001). *Las Estructuras Sociales de la Economía*. 1ª Ed. [1ª Reimp. 2002] Buenos Aires: Ediciones Manantial SRL. 271p.
- Bourdieu, P. (2004). *From the King's House to the Reason of State: A Model of the Genesis of the Bureaucratic Field*. *Constellations*, 11, 16-36., doi: 10.1111/j.1351-0487.2004.00359.
- Bourdieu, P. (2008). Las formas del capital: capital económico, capital cultural y capital social. Cap.4, pp.131-164. In: Bourdieu, P. *Poder, Derecho y Clases Sociales*. 2 Ed. (Spanish Edition). Desclée de Brouwer. 236p.
- Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area of Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 19 (1): 5-12.
- Cole, S. (2009). A logistic tourism model – Resort Cycles, Globalisation and Chaos, *Annals of Tourism Research*, 36 (4) 689-714.
- Friedberg, E. (1993). Las cuatro dimensiones de la acción organizada. *Gestión y Políticas Públicas*, 2(2), 283-313.
- Gale, T. & Botterill, D. (2005) A realist agenda for tourist studies, or why destination areas really rise and fall in popularity. *Tourist Studies*, August, 5: 151-174.
- Harré, R. (1988). *As Filosofias da Ciência*. Lisboa: Edições 70.
- Hovinen, G. (1982) "Visitor cycles: outlook in tourism in Lancaster County" *Annals of Tourism Research*, 9, 565-583.
- Hovinen, G. (2002) "Revisiting the Destination Life Cycle Model", *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 209-230.
- Jenkins, R. (2006 [1992]). Pierre Bourdieu: key sociologists. New York (USA): Routledge /Taylor & Francis e-Library. (Series: The Open University). 137p.
- Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago.
- Oliveira, M. C. B. (2016). *Acción Colectiva en el Campo Turístico y su influencia en la Agenda de Políticas*

- Públicas en Juiz de Fora/Brasil y Mazatlán/México*. Thesis (Master). Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán, Sinaloa, México.
- Oliveira, M. C. B. de; Pimentel, T. D. El Campo Turístico de la ciudad de Quito (Ecuador): un análisis del capital de sus agentes y de la (posible) acción colectiva sobre las políticas de turismo como objeto de disputa. *Investigaciones turísticas*, v. 6, p. 183-209, 2016.
- Pimentel, M. P. C. y Pimentel, T. D. (2013). El Turismo y los Entornos Sociales: destinos y retos. *ARENAS - Revista Sinaloense de Ciencias Sociales*, 34, 117-129.
- Pimentel, T. D. (2012). *Space, Identity and Power: outline of a morphogenetic and morfostatic theory to the sociology of organizations*. 2012. 471f. Thesis (Ph.D.) – Institute of Human Sciences, Federal University of Juiz de Fora, Juiz de Fora (MG).
- Pimentel, T. D. (2015a) Tourist Field and the Agents' Internal Path of Relationship in Tourist Destinations: some implications for governance. *Association Internationale D'Experts Scientifiques Du Tourisme - AIEST Conference*, 2015, Lijiang, China. *Proceedings* 65 *AIEST Conference*. Dufourstrasse, Switzerland: AIEST, 2015. v. 1. p. 1-9.
- Pimentel, T. D. (2015b). Bourdieu, campo turístico y sus implicaciones para la gestión de los destinos turísticos. En: Gamboa, Silvestre F. & Campaña, Luis M. F. (Org.). *Turismo en el sur de Sinaloa*. 1ed. Mazatlán/Escuinapa (Sinaloa): Ediciones EON, 2015, 1, pp. 244-251.
- Pimentel, T. D. & Pimentel, M.P.C. (2015) Destino Turístico como Construção Coletiva: os atores envolvidos e sua necessidade de articulação. *Revista: Turydes Revista Turismo y Desarrollo*. 18(8).
- Pimentel, T. D. & Pimentel, M. P. C. (2013). Bourdieu, Tourist Field and its implications for Governance of Tourist Destinations. *Association Internationale D'Experts Scientifiques Du Tourisme - AIEST Conference*, 2013, Izmir, Turkey. *Proceedings* 10 *AIEST Conference*. Dufourstrasse, Switzerland: AIEST, 2013. v. 1. p. 1-9.
- Thiry-Cherques, H. R. (2006). Pierre Bourdieu: a teoria na prática. *Revista de Administração Pública - RAP*, Rio de Janeiro (RJ), 40 (1): 27-55, Jan./Fev.
- Vandenberghe, F. (2009). *O esgotamento do novo movimento teórico e a era dos epígonos*. In: *Invenção do Contemporâneo*, 2009, Campinas. CPFL. Palestra publicada em vídeo em: 09/10/2009 às 22:45:05. Disponível em: <http://www.cpfcultura.com.br/site/2009/11/30/integra-o-esgotamento-do-%E2%80%9Cnovo-movimento-teorico%E2%80%9D-e-a-era-de-epigonos-frederic-vandenberghe/>. Access: 25 ago 2011.
- Vandenberghe, F. (2010). *Teoria Social Realista: um diálogo franco-britânico*. Belo Horizonte: UFMG Press.
- Vandenberghe, F. (2010b). A era dos epígonos: a teoria social pós-bourdiesiana na França. In: Vandenberghe, F. *Teoria Social Realista: um diálogo franco-britânico*. Belo Horizonte (MG): Editora UFMG/ Rio de Janeiro (RJ): IUPERJ, 2010. pp.85-110.

---

Processo Editorial / Editorial Process / Proceso Editorial

Editor Chefe / Editor-in-chief / Editor Jefe: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido / Received / Recibido: 11.12.2020; Revisado / Revised / Revisado: 18.12.2020; Aprovado / Approved / Aprobado: 18.12. 2020; Publicado / Published / Publicado (online): 30.12.2020.

Texto convidado, não avaliado por pares / Invited paper, not blind peer reviewed / Texto invitado, sin revisión por pares ciegos.